

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Pengembangan bisnis baru-baru ini telah dipengaruhi oleh meningkatnya persaingan. Kondisi itu menyebabkan pelaku bisnis saling bersaing untuk menghadapinya dan mendapatkan keunggulan kompetitif (Ellena, 2011). Saat ini, bisnis yang bergerak dalam layanan mencoba untuk meningkatkan kualitas. Dengan demikian, setiap perusahaan harus mampu memahami kelangsungan hidup perusahaan tersebut sebagai organisasi yang berusaha memenuhi kebutuhan dan keinginan para konsumen sangat tergantung pada perilaku konsumennya (Tjiptono, 2008).

Penelitian ini pada CV Rahman Sabitra yang bergerak Produksi Probiotik Peternakan. Probiotik Assabioplus adalah suplemen yang sudah diolah menjadi suplemen organik yaitu menjadi Probiotik untuk hewan ternak jadi fungsinya adalah untuk membantu pertumbuhan hewan menjadi lebih sempurna jika produk ini diberikan ke hewan unggas maka yang terjadi adalah hewan unggas tersebut menjadi lebih sehat jika ayam tersebut bertelur maka kuning telurnya menjadi lebih kuning dan jika di masak menjadi telur organik dan sehat jika di konsumsi tidak mengandung penyakit kaya dengan omeganya untuk mencerdaskan anak bangsa.

Suplemen organik juga dapat dijadikan untuk campuran pakan ternak atau *feed suplemennya* untuk membantu pertumbuhan dan kesehatan hewan ternak. Suplemen organik yang di konsumsi untuk hewan ternak adalah

suplemen organik yang di buat dari bahan kotoran hewan kemudian di campur dengan zeolite, kemudian buah nanas atau sayuran yang sudah tidak layak untuk di makan bisa dapat dijadikan bahan untuk membuat suplemen organik untuk pakan ternak atau campuran pakannya *feed suplemennya* guna untuk membantu pertumbuhan hewan ternak dan menstabilkan atau menjaganya agar tetap kuat dan melancarkan sistem pencernaannya dan sistem produksinya untuk ayam atau unggas cangkang telurnya lebih tebal dan lebih enak di makan.

Assabio ada beberapa macam yaitu: assabio plus probiotik Herbal ayam, ikan, sapi. Suplemen organik dapat dibuat dari *Feed Additive* dari hasil perpaduan berbagai jenis microba pengurai yang direkayasa sedemikian rupa sehingga mampu menguraikan senyawa organik dengan kekuatan dan kecepatan luar biasa yang menghasilkan banyak manfaat. Dalam suplemen organik yang ini adalah suplemen yang sudah diolah menjadi suplemen organik yaitu menjadi Probiotik untuk hewan ternak. Jadi fungsinya adalah untuk membantu pertumbuhan hewan menjadi lebih sempurna. Jika produk ini dikasihkan ke hewan unggas, maka yang terjadi adalah hewan unggas tersebut menjadi lebih sehat jika ayam tersebut bertelur maka cangkang telurnya menjadi lebih kuning. Dan jika di masak menjadi telur organik dan sehat, jika di konsumsi tidak mengandung penyakit kaya dengan omeganya untuk mencerdaskan anak bangsa. Kemudian ada juga produk suplemen organik cair yaitu fungsinya untuk melancarkan tinja yang mampet tanpa perlu di sedot. Suplemen organik cair adalah suplemen yang berisi air yang

didalamnya mudah larut dan membawa unsur-unsur penting guna untuk kesuburan tanah dan vitamin untuk makhluk hidup untuk pertumbuhan dan kesehatan makhluk hidup.

Dalam pengolahan limbah organik atau suplemen organik juga dapat dijadikan untuk campuran pakan ternak atau *feed* suplemennya untuk membantu pertumbuhan dan kesehatan hewan ternak. Sedangkan ditinjau dari bentuknya ada suplemen organik cair yang dibuat dari bahan organik cair dan ada suplemen organik padat. Sebagai contoh kompos merupakan contoh suplemen organik padat yang dibuat dari bahan organik padat (tumbuh-tumbuhan), sedangkan *thilurine* adalah suplemen organik cair yang dibuat dari bahan organik cair (urine sapi).

Rukmana (1994:36) suplemen organik yang di konsumsi untuk hewan ternak adalah suplemen organik yang di buat dari bahan kotoran hewan kemudian di campur dengan *zeolite*. Kemudian buah nanas atau sayuran yang sudah tidak layak untuk dimakan bisa dapat dijadikan bahan dalam membuat suplemen organik pakan ternak. Suplemen organik ini digunakan untuk (1) membantu pertumbuhan hewan ternak, (2) menstabilkan atau menjaga agar tetap kuat dalam melancarkan sistem pencernaan dan sistem produksi ayam atau unggas, (4) cangkang telurnya lebih tebal dan lebih enak di makan. Adanya berbagai produk yang ditawarkan oleh perusahaan, CV Rahman Sabitra mengharuskan perusahaan tetap menjadi pelanggan.

Perusahaan berusaha membangun hubungan yang erat dengan pelanggan agar pelanggan menjadi loyal yang dapat digunakan sebagai asset

penting dalam menghasilkan keuntungan perusahaan. Ellena (2011), Yulianto (2010), Rintar (2011) memiliki pelanggan setia adalah tujuan akhir perusahaan karena pelanggan dapat memastikan kelanjutan perusahaan untuk jangka panjang. Geok dalam Setiawan dan Ukudi (2007), Loyalitas dapat memiliki keuntungan besar bagi perusahaan karena mempengaruhi pola pembelian pelanggan dan rekomendasi gratis kepada orang lain.

Adanya Organisasi bisnis bersifat kontemporer sangat mengakui loyalitas pelanggan, menganggapnya sebagai aspek vital, dan cara menuju kesuksesan bisnis jangka panjang (Caruana & Ramaseshan, 2015; Gursoy, Uysal, Sirakaya-Turk, Ekinci, & Baloglu, 2015). Perusahaan menganggap loyalitas pelanggan sebagai sumber utama dalam persaingan (Woodruff, 1997). Penting bagi perusahaan untuk mempertahankan pelanggan yang sudah ada daripada menghasilkan yang baru, fenomena ini lima kali mengurangi biaya untuk perusahaan (Lam & Burton, 2006). Ini menunjukkan pentingnya loyalitas pelanggan bagi perusahaan.

Penelitian sebelumnya (Bowen & Chen McCain, 2015) membuktikan hubungan antara Loyalitas Pelanggan dan profitabilitas perusahaan, oleh karena itu menunjukkan bahwa loyalitas pelanggan adalah sumber keunggulan kompetitif bagi suatu perusahaan. Dengan cara yang sama, kepuasan pelanggan adalah elemen penting lain yang dianggap sebagai reaksi emosional positif pelanggan terhadap perusahaan dan apa yang sebenarnya diinginkan pelanggan adalah tentang pemenuhan keinginan, kebutuhan, dan tujuan mereka (Bansal & Taylor, 2015). Sekarang atau besok, ketika

persaingan antar sektor manufaktur meningkat dari hari ke hari, maka industri manufaktur menempatkan kepuasan pelanggan pada prioritas mereka (Ford, Paparoidamis, & Chumpitaz, 2015). Kepuasan pelanggan adalah faktor yang menciptakan hubungan lama antara perusahaan dan pelanggannya (Ramani & Kumar, 2008).

Satu hal yang memiliki peran penting dalam kualitas produk. Variabel kualitas produk merupakan faktor penentu kepuasan pelanggan karena kualitas produk yang baik akan menciptakan kepuasan pelanggan. Pada dasarnya, tujuan perusahaan adalah untuk menciptakan pelanggan yang puas.

Penciptaan kepuasan pelanggan dapat memberikan beberapa manfaat seperti: pengaruh antara perusahaan dan pelanggan untuk menjadi harmonis, memberikan landasan yang baik untuk pembelian berulang dan penciptaan loyalitas pelanggan, dan membentuk rekomendasi dari mulut ke mulut yang menguntungkan bagi perusahaan. Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nuridin (2014) menunjukkan bahwa kepuasan dapat memediasi antara kualitas produk dan loyalitas. Oleh karena itu, hubungan antara peningkatan jumlah pelanggan setia dan penjualan dapat digunakan sebagai indikator kinerja perusahaan serta profitabilitasnya. Berry (1991) sependapat bahwa peningkatan kualitas layanan adalah pendorong utama pertumbuhan di berbagai industri. Bahkan, salah satu aspek kunci dari hubungan antara pelanggan dan perusahaan diidentifikasi sebagai nilai yang dirasakan (Kotler, 2005).

Kondisi persaingan yang tinggi, khususnya persaingan merek Suplemen Organik di benak konsumen yang relatif tinggi dapat mempengaruhi konsumen untuk menggunakan membeli Suplemen Organik. Tjiptono (2014) citra merek membuat konsumen dapat mengenali, mengevaluasi kualitas produk-produk ini, dan dapat menyebabkan risiko pembelian yang rendah. Konsumen umumnya lebih menyukai merek-merek terkenal walaupun harga yang ditawarkan lebih mahal. Kotler dan Armstrong (2008), promosi adalah komunikasi dari perusahaan ke konsumen produk atau jasa yang dihasilkan dalam upaya membangun hubungan yang menguntungkan. Di perusahaan CV Rahman Sabitra, salah satu promosi yang ditawarkan adalah promo dalam pembelian. Pelanggan akan mendapatkan hadiah sesuai dengan promoi nominal yang dilakukan. Promo ini dapat berupa didiskon belanja di suplemen tertentu atau pengurangan pembayaran pembelian suplemen. Berdasarkan dari uraian diatas penelitian ini dilakukan dengan judul: **“Analisis Pengaruh Kualitas Produk, Harga, Dan Citra Merek Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan (Studi Pada Cv. Rahman Sabitra)”**

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang *tersebut* diatas, maka permasalahan yang diajukan dalam penelitian ini adalah :

1. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
2. Apakah harga berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?

3. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap kepuasan pelanggan?
4. Apakah kualitas produk berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
5. Apakah harga berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
6. Apakah citra merek berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
7. Apakah kepuasan pelanggan berpengaruh positif terhadap loyalitas pelanggan?
8. Apakah kepuasan pelanggan mampu memediasi pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan?
9. Apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan?
10. Apakah kepuasan pelanggan dapat memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan?

C. Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian yang berhubungan dengan masalah yang ada sebagai berikut:

1. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap kepuasan pelanggan.
2. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap kepuasan pelanggan.
3. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap kepuasan pelanggan.
4. Untuk menganalisis pengaruh kualitas produk terhadap loyalitas pelanggan.
5. Untuk menganalisis pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.

6. Untuk menganalisis pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.
7. Untuk menganalisis pengaruh kepuasan pelanggan terhadap loyalitas pelanggan.
8. Untuk menganalisis kemampuan kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh kualitas terhadap loyalitas pelanggan.
9. Untuk menganalisis kemampuan kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh harga terhadap loyalitas pelanggan.
10. Untuk menganalisis kemampuan kepuasan pelanggan dalam memediasi pengaruh citra merek terhadap loyalitas pelanggan.

D. Manfaat Penelitian

Beberapa manfaat penelitian yang diperoleh dari penelitian tersebut antara lain adalah :

1. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat digunakan sebagai bahan referensi bagi para peneliti lain dimasa mendatang.

2. Manfaat Praktis

Dengan hasil penelitian ini dapat dijadikan bahan pertimbangan untuk mengadakan evaluasi bagi CV. Rahman Sabitra dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.